



# Les bonnes pratiques sur LinkedIn

L'algorithme de LinkedIn favorise les publications des comptes que vous suivez, mais surtout le partage des connaissances. Voilà pourquoi il est un canal intéressant pour le monde de la recherche et de l'enseignement!

1 Compléter toutes les informations de votre page : penser à personnaliser la bannière et l'URL.

Publier à un rythme régulier (1 à 3 fois par semaine) en évitant des publications rapprochées (moins de 18 heures).

2

3 Choisir des plages horaires plus porteuses : du lundi au jeudi, entre 9 h et 12 h, ou le vendredi, entre 13 h et 15 h.

Donner un titre à chaque publication en fonction de la catégorie du sujet abordé. Exemples : événement, recherche et rayonnement.

4

5 Ajouter un élément visuel ou interactif : carrousel\*, sondage, photo ou vidéo originale. Ces détails attirent l'attention, suscitent plus d'interactions (j'aime et commentaires) et maintiennent la personne captive plus longtemps.

Favoriser des publications destinées à une cible précise plutôt que celles ayant une visée générale.

6

7 Avoir un objectif spécifique et offrir une valeur ajoutée : conseiller; recommander; formuler une opinion; sonder la communauté sur une question; promouvoir une recherche, un projet ou une innovation; se coller à l'actualité, etc.

Interpeler la cible en ajoutant des mots-clés (2 à 6), des émoticônes (10 max) et en identifiant des organisations, des collègues ou des personnes concernées.

8

9 Susciter l'intérêt ou la curiosité de la communauté avec une accroche\* efficace et concise.

11 Attendre plus de 10 minutes avant de modifier votre publication. Le faire plus tôt risque de réduire sa portée.

Ne pas commenter votre publication en premier; attendre quelques commentaires.

12

13 Répondre aux commentaires dans les 12 heures.

Multiplier les connexions avec des personnes influentes ou des organisations clés de votre secteur, les suivre, commenter et republier leurs publications pertinentes.

14

15 Republier les publications des pages Enseignement et recherche du CCSMTL, des autres instituts et centres de recherche affiliés au CCSMTL et de ses partenaires externes.

**Idée audacieuse à essayer**

Créer une publication sous forme de carrousel, la perle des publications sur LinkedIn. Il s'agit de publier une série d'images (5 à 12 max) accompagnées de courts textes. Un carrousel peut servir à présenter les photos d'un événement ou encore la programmation d'un colloque, par exemple.



**Des accroches qui accrochent !**

Pour accrocher le lecteur ou la lectrice ou susciter une réaction, commencer avec...

- Une citation
- Une statistique
- Une question
- Une phrase-choc
- Une pensée inspirante

Ou encore, raconter une anecdote ou une histoire vraie, sur le ton du récit (storytelling), construite à partir de trois éléments : problème, solution et leçon apprise.



**Comment republier et avoir plus de portée?**

- Commenter la publication avec 150 mots minimum et bien figurer les deux premières phrases pour attirer l'attention.
- Souligner ses éléments clés, ce pour quoi elle vaut la peine d'être partagée.
- Identifier la source, l'organisation et des collègues concernés (8 à 10 max).
- Ne pas oublier d'ajouter des mots-clés et des émoticônes évocateurs, puis d'interpeler les gens avec un appel à l'action engageant. Exemple : Partagez sans réserve!



Sources ayant inspiré cet aide-mémoire :

- Bonnes pratiques pour les pages LinkedIn
- Le fonctionnement de LinkedIn en 2023
- Comment fonctionne l'algorithme LinkedIn : critères, horaires, portée des formats...

